

## **TAKAFUL DALAM PERSPEKTIF AJK MASJID: SATU KAJIAN TENTANG PENGETAHUAN DAN KESEDARAN DI SEMENANJUNG MALAYSIA**

**Khairul Anuar Ahmad<sup>1</sup>, Noor Aimi Mohd Puad<sup>2</sup>, Ahmad Yani Ismail<sup>3</sup>,  
Aza Shahnaz Azman<sup>4</sup>, Fadilah Mat Nor<sup>5</sup>, Rubayah Yakob<sup>6</sup>, Nur  
Amalina Shafie<sup>7</sup>, Nurul Hidayah Md Razali<sup>8</sup>**

<sup>1</sup>Fakulti Syariah dan Undang-Undang, Universiti Islam Selangor (UIS), 43000, Bandar Seri Putra, Selangor, Malaysia.

<sup>2</sup>Kulliyah Ekonomi dan Sains Pengurusan, Universiti Islam Malaysia (UIAM), P.O. Box 10, 50728 Kuala Lumpur.

<sup>3</sup>Fakulti Ekonomi, Perakaunan dan Pengurusan, Universiti Islam Selangor (UIS), 43000, Bandar Seri Putra, Selangor, Malaysia.

<sup>4</sup>Fakulti Ekonomi, Perakaunan dan Pengurusan, Universiti Islam Selangor (UIS), 43000, Bandar Seri Putra, Selangor, Malaysia.

<sup>5</sup>Fakulti Ekonomi, Perakaunan dan Pengurusan, Universiti Islam Selangor (UIS), 43000 UKM, Bangi Selangor, Malaysia.

<sup>6</sup>Fakulti Ekonomi dan Pengurusan, Universiti Kebangsaan Malaysia (UKM), 43600 UKM, Bangi Selangor, Malaysia.

<sup>7</sup>Fakulti Komputer dan Sains Matematik, Universiti Teknologi Mara (UiTM), 70300 Seremban, Negeri Sembilan, Malaysia.

<sup>8</sup>Fakulti Ekonomi dan Pengurusan, Universiti Kebangsaan Malaysia (UKM), 43600 UKM, Bangi Selangor, Malaysia.

### **Abstrak**

Artikel ini bertujuan menganalisis tahap pengetahuan, kesedaran, dan kesediaan ahli jawatankuasa masjid di Semenanjung Malaysia terhadap takaful, di samping mengenal pasti faktor-faktor yang mempengaruhinya. Golongan ini dipilih kerana peranan strategik mereka sebagai pemimpin komuniti yang berpotensi menyebarkan maklumat kewangan patuh Syariah, khususnya kepada kumpulan B40. Bagi tujuan tersebut, satu kajian menggunakan pendekatan kuantitatif dan kualitatif melalui soal selidik kepada 520 responden di empat zon utama serta temu bual separa berstruktur dengan 19 responden terpilih telah dijalankan. Dapatan menunjukkan tahap kesedaran takaful secara keseluruhan adalah tinggi, dengan variasi mengikut kategori masjid, lokasi, dan ciri individu, di mana masjid institusi, kawasan bandar, dan mereka yang berpendidikan tinggi mencatat kesedaran lebih baik. Faktor pandangan Syariah dan *perceived behavioural control* (PBC) paling mempengaruhi kesedaran, manakala pengetahuan turut dipengaruhi oleh sikap, pengaruh sosial (negatif), dan persepsi terhadap perkhidmatan ejen takaful. Walaupun prinsip asas takaful difahami dengan baik, terdapat jurang pengetahuan berkaitan produk tertentu dan mekanisme perkongsian risiko. Tahap kesediaan untuk mengguna pakai takaful berada pada tahap sederhana, dipengaruhi oleh faktor demografi seperti umur, tahap pendidikan, dan lokasi, manakala kekangan kewangan serta interaksi terhad dengan pengendali takaful menjadi penghalang utama. Hasil analisis ini menegaskan keperluan program literasi kewangan berfokus komuniti masjid, strategi pendidikan berperingkat mengikut demografi, dan pengukuhan peranan ejen takaful sebagai sumber maklumat yang diyakini, dengan implikasi kepada peningkatan penembusan takaful serta keterangkuman kewangan masyarakat Islam di Malaysia.

**Kata kunci:** *AJK Masjid, Takaful, Pengetahuan, Kesedaran, Kesediaan.*

### ***(TAKAFUL FROM THE PERSPECTIVE OF MOSQUE COMMITTEE MEMBERS: A STUDY ON KNOWLEDGE AND AWARENESS IN PENINSULAR MALAYSIA)***

### **Abstract**

*This article aims to analyse the levels of knowledge, awareness, and readiness of mosque committee members in Peninsular Malaysia with regard to takaful, as well as to identify the factors that influence these aspects. This group was selected because of their strategic role as community leaders with the potential to disseminate information on Shariah-compliant finance, particularly to the B40 income group. For this purpose, a study employing both quantitative and qualitative approaches was conducted, using a*

*questionnaire administered to 520 respondents across four main zones and semi-structured interviews with 19 selected respondents. The findings indicate that the overall level of takaful awareness is high, with variations according to mosque category, location, and individual characteristics, where institutional mosques, urban areas, and individuals with higher educational attainment record better awareness. Shariah views and perceived behavioural control (PBC) are the most influential factors on awareness, while knowledge is also influenced by attitudes, (negative) social influence, and perceptions of takaful agents' services. Although the basic principles of takaful are well understood, there are knowledge gaps concerning specific products and risk-sharing mechanisms. The level of readiness to adopt takaful is moderate, influenced by demographic factors such as age, education level, and location, while financial constraints and limited interaction with takaful operators are the main barriers. The analysis underscores the need for mosque-based community financial literacy programmes, tiered educational strategies tailored to demographic profiles, and the strengthening of takaful agents' roles as trusted sources of information, with implications for enhancing takaful penetration and financial inclusion among the Muslim community in Malays*

**Keywords:** *Mosque Committee Members, Takaful, Knowledge, Awareness, Readiness..*

Received: November 10, 2025

Accepted: December 03, 2025

Online Published: December 31, 2025

## **1. Pendahuluan**

Takaful – sebagai alternatif patuh Syariah kepada insurans konvensional – beroperasi atas prinsip *ta'awun*, tanggungjawab bersama, perlindungan, perkongsian risiko, dan ukuwah, serta bebas unsur riba, gharar dan maysir. Dalam konteks Malaysia, pembangunan industri takaful berkembang pesat dari segi nilai sumbangan, kepelbagaian produk, serta rangka kerja tadbir urus yang diperkukuh oleh pengawal selia. Namun, kadar penembusan takaful dalam kalangan masyarakat, khususnya segmen komuniti yang berada di luar bandar dan B40, masih menunjukkan jurang yang perlu ditangani melalui intervensi pendidikan dan pemerksaan komuniti. Di sinilah peranan masjid sebagai institusi sosial, keilmuan, dan kebajikan, menjadi strategik.

Masjid bukan sekadar lokasi ibadah ritual, bahkan suatu ekosistem pembelajaran dan jaringan kebajikan yang berakar dalam kehidupan masyarakat. Struktur AJK masjid (nazir, imam, bilal, siak, setiausaha, bendahari dan ketua-ketua biro) memberi kelebihan dari segi kedekatan sosial dan kepercayaan awam. Oleh itu, tahap pengetahuan dan kesedaran AJK terhadap takaful berpotensi mempengaruhi sikap dan tindakan jemaah dalam membuat keputusan perlindungan kewangan yang patuh Syariah. Seiring itu, *Value-Based Intermediation for Takaful* (VBIT) menggesa supaya produk dan perkhidmatan takaful memaksimumkan kesejahteraan pengguna, alam sekitar dan masyarakat (BNM, 2022). Maka kelompok pengantara seperti AJK masjid perlu difahamkan bukan sahaja tentang halal dan haram, tetapi juga mekanisme, manfaat, dan proses tuntutan.

Oleh yang demikian, makalah ini bertujuan menganalisis hasil penyelidikan terhadap AJK masjid di Semenanjung Malaysia dengan tumpuan pada (i) menilai tahap kesedaran terhadap takaful; (ii) menilai tahap pengetahuan berkaitan takaful; dan (iii) menilai kesediaan (*readiness*) AJK untuk bertindak menyertai atau mempromosi takaful dalam komuniti. Disamping itu, faktor penentu pengetahuan dan kesedaran turut dibincangkan.

## 2. Latar Belakang Kajian

Walaupun industri takaful di Malaysia maju dari segi infrastruktur dan rangkaian pengedaran, penetrasi di peringkat komuniti masih tidak seragam. Antara puncanya ialah: (a) wujudnya kekeliruan antara takaful dan insurans konvensional; (b) kekurangan pemahaman spesifik tentang perbezaan produk (keluarga *vs.* am, manfaat perubatan *vs.* kebakaran, perlindungan kematian *vs.* hilang upaya dan sebagainya); (c) persepsi agama yang tidak seragam berkaitan kewajipan dan *maqāsid* perlindungan; dan (d) halangan praktikal seperti kos sumbangan, proses pendaftaran, serta kefahaman prosedur tuntutan. Ini disokong oleh Mohamed & Alhabsi (2015) bahawa orang ramai sedar akan kewujudan takaful, namun tahap pengetahuan mereka tidak begitu mendalam. Para pengamal takaful juga merasakan bahawa sebahagian besar rakyat Malaysia mengetahui tentang takaful tetapi tidak begitu memahami operasi takaful dan ciri-ciri produknya. Selain itu, butiran yang relevan tentang apakah takaful itu sebenarnya belum beredar secukupnya dalam kalangan masyarakat.

Dalam ekosistem masjid, isu di atas menjadi lebih kompleks kerana AJK masjid memegang amanah sosial dan agama, dan pandangan mereka ada kalanya menjadi rujukan jemaah. Jika AJK sendiri kurang jelas akan mekanisme dan kefungsi takaful – misalnya konsep *tabarru'* dan *risk pooling*, pembahagian lebihan (*surplus*), serta peranan pengendali takaful – maka keupayaan mereka untuk mempromosi penyertaan takaful secara berinformasi akan terhad. Tambahan pula, wujud fenomena “pengaruh sosial negatif”, iaitu maklumat tidak tepat yang beredar melalui perbualan komuniti dan media sosial, lalu menurunkan kualiti pengetahuan.

Maka, masalah yang hendak diatasi oleh kajian ini ialah jurang pengetahuan dan kesedaran yang heterogen dalam kalangan AJK masjid, dan sejauh mana faktor demografi (umur, pendidikan, jawatan, lokasi), faktor psikologi (sikap, norma sosial, kawalan), serta faktor institusi (jenis masjid, program pendidikan, jaringan dengan pengendali) menjelaskan variasi tersebut. Hasil pemahaman masalah ini akan memandu reka bentuk intervensi literasi takaful yang lebih bersasar.

## 3. Sorotan Literatur

Takaful sedang berkembang pesat namun masih ketinggalan berbanding insurans konvensional. Anggaran terkini menunjukkan bahawa aset dana takaful hanya membentuk kira-kira 13.9 peratus daripada jumlah keseluruhan aset industri insurans dan takaful Malaysia bagi tahun 2024 (Anis, 2025). Penyertaan takaful yang masih rendah berbanding

insurans konvensional menyumbang kepada keadaan ini. Faktor pengetahuan dan kesedaran tentang takaful yang kurang meluas berkemungkinan menyumbang kepada pegangan pasaran (*market share*) takaful yang masih kecil.

Ini dibuktikan dalam kajian yang mendedahkan bahawa orang awam masih tidak mengetahui tentang takaful dan tahap kesedaran mengenai takaful dalam kalangan masyarakat umum adalah rendah. Menurut kajian yang dijalankan oleh Rusni et al. (2018), salah satu faktor yang menghalang perkembangan industri takaful ialah kurangnya kesedaran tentang kewujudan dan tujuan takaful dalam pasaran Malaysia. Dapatan kajian mereka menunjukkan bahawa daripada 503 responden di Kuala Lumpur dan Selangor, 124 orang tidak mempunyai pengetahuan tentang takaful dan 45% tidak menyedari bahawa pemegang polisi takaful saling berkongsi risiko secara bersama. Selain itu, 33.2%, 38.8% dan 37.2% tidak mengetahui bahawa takaful bebas daripada perjudian, ketidakpastian dan riba. Walau bagaimanapun, 70.2% responden berpendapat bahawa produk takaful mematuhi Syariah.

Berbeza pula di Arab Saudi, tahap kesedaran bukanlah isu utama tetapi tahap pengetahuan dianggap rendah menurut kajian oleh AlNemer (2015). Dapatan kajiannya turut menunjukkan bahawa terdapat keperluan bagi pengendali takaful (TOs) mempertingkatkan usaha untuk mendidik peserta tentang hak dan kewajipan mereka dalam dana takaful. Masa depan industri takaful bergantung kepada kefahaman yang jelas mengenai perniagaan dan hak peserta oleh pelbagai pihak berkepentingan industri termasuk pelanggan, pengendali takaful dan pihak pengawal selia.

Di Sammanthurai, Sri Lanka, Jahan et al. (2020) mendapati dalam kajian tentang pengetahuan dan kesedaran peserta terhadap insurans Islam bahawa daripada 160 responden, hanya 49 orang mengetahui tentang takaful manakala 45 orang langsung tidak mengetahuinya dan majoriti responden tidak mempunyai pendirian jelas mengenainya.

Kajian lain oleh Mirwanee et al. (2018) mendapati bahawa komuniti Muslim di selatan Thailand mempunyai tahap pemahaman yang rendah terhadap takaful keluarga. Walau bagaimanapun, mereka yang menyertai takaful keluarga mempunyai kefahaman yang lebih jelas dan positif berbanding mereka yang tidak menyertainya. Perbezaan ini signifikan dan menunjukkan bahawa penyertaan dalam takaful keluarga dalam kalangan Muslim di selatan Thailand dipengaruhi oleh tahap kefahaman mereka.

Secara ringkasnya, kajian-kajian di atas menunjukkan bahawa tahap kesedaran dan pengetahuan mengenai takaful masih rendah di pelbagai geografi, dan kedua-dua faktor ini iaitu kesedaran dan pengetahuan saling berkorelasi secara positif dalam menentukan niat untuk menyertai takaful (Muhammad Zarunnaim & Asma, 2018).

Terdapat beberapa kajian yang menunjukkan penglibatan masjid dalam skim khairat di mana dana daripada pengendali takaful digunakan untuk menguruskan urusan pengebumian dalam tulisan Azrul Azlan et al. (2020); Firdaus & Dewi (2019) serta amalan tadbir urus skim khairat kematian (Mohd Yassir et al., 2024). Beberapa kajian lain pula mencadangkan penglibatan masjid dalam mempromosikan takaful seperti yang ditulis oleh Mirwanee et al.,

(2018); Onimbo (2014); Yahaya et al. (2022). Namun begitu, tiada satu pun daripada kajian tersebut meneliti secara khusus tahap kesedaran dan pengetahuan AJK masjid.

### **3.1 Pengetahuan dan Kesedaran Tentang Takaful**

Kajian terdahulu melaporkan bahawa kesedaran asas, misalnya pengetahuan tentang takaful sebagai alternatif patuh Syariah, secara relatifnya tinggi, namun pengetahuan terperinci mengenai faedah, had manfaat, dan prosedur tuntutan seringkali pada tahap sederhana (Nur I'ffah et al., 2023; Nurul Alya et al., 2025). Di samping itu, kualiti interaksi dengan ejen memainkan peranan penting dalam membentuk kepercayaan dan pengetahuan dalam penggunaan produk takaful (Syadiyah, 2020). Sebahagian kajian menekankan bahawa mesej agama yang kuat tanpa padanan panduan praktikal kadangkala tidak mengubah tingkah laku kerana PBC yang rendah (orang percaya, tetapi merasakan proses sukar disebabkan tanggapan risiko yang lebih tinggi daripada tanggapan kegunaan) (Boujelbene & Thameur, 2024).

Bagi konteks masjid, literatur tentang peranan pemimpin agama menunjukkan bahawa autoriti simbolik seperti AJK masjid boleh mempercepat proses penyebaran dan penerimaan amalan kewangan baharu dalam organisasi atau masyarakat, jika mereka sendiri celik ilmu dan yakin (Siti Fatimah, 2020). Namun terdapat kekurangan kajian yang khusus memfokus AJK masjid di Malaysia kerana kebanyakan penyelidikan mengambil populasi umum atau pelanggan sedia ada pengendali takaful. Jurang ini menjustifikasikan fokus penyelidikan ini.

### **3.2 Kesediaan Menyertai Takaful**

Sorotan literatur mengenai kesediaan untuk menerima dan menggunakan takaful lazimnya berpaksikan kerangka teori tingkah laku seperti Theory of Planned Behavior (TPB) (Aziz et al., 2017; Qazi & Maizaitulaidawati, 2024). Lima konstruk utama (tambahan dari tiga konstruk utama TPB) telah diuji iaitu (i) sikap terhadap produk, iaitu penilaian kognitif-afektif tentang kegunaan, manfaat, dan kesesuaian moral (Al-Kamal & Muhamad Abrar, 2025); (ii) pengaruh sosial (norma subjektif), meliputi tekanan atau dorongan daripada ahli keluarga, rakan, dan tokoh autoritatif (Maduku & Mbeya, 2024); (iii) tanggapan kawalan tingkahlaku (PBC), iaitu persepsi kemudahan atau keupayaan untuk bertindak (Maizaitulaidawati & Asmak, 2016); (iv) pandangan Syariah, yang merangkum kefahaman terhadap dalil keharusan takaful, ketiadaan riba/gharar/maysir serta nilai *ta'awun* (Hasan & Rahman, 2023); dan (v) persepsi terhadap khidmat ejen/pengendali, khususnya dari segi ketepatan maklumat, empati, kejujuran, dan keberkesanan selepas jualan (Hamiza et al., 2020; Marhanum et al., 2013). Maizaitulaidawati & Asmak (2016) mendapati aspek keagamaan, kesedaran dan norma subjektif tidak signifikan dalam menentukan kesediaan seseorang untuk menyertai takaful. Namun begitu, Hasan & Rahman (2023) mendapati aspek keagamaan memoderasi hubungan antara sikap, norma subjektif, motif menyimpan dan kempen promosi. Manakala (Mohd Khairi et al., 2023) mendapati aspek keagamaan, norma subjektif, sikap dan PBC adalah signifikan dalam menentukan kesediaan untuk menyertai takaful.

Berdasarkan sorotan literatur di atas, dapat disimpulkan bahawa terdapat kepelbagaian pandangan tentang pengetahuan, kesedaran dan kesediaan terhadap takaful yang telah dikenalpasti. Oleh yang demikian, makalah ini akan cuba membincangkan dapatan kajian yang telah dijalankan dalam usaha mengurangkan jurang kepelbagaian pandangan tersebut.

#### **4. Metodologi Kajian**

Reka bentuk kajian menggunakan pendekatan campuran (*mixed-methods*) yang menggabungkan metode kuantitatif dan kualitatif bagi memberikan gambaran yang komprehensif (Creswell, 2009). Walaubagaimanapun, bagi tujuan penyelidikan ini, pendekatan kuantitatif adalah dominan.

##### **4.1 Persampelan dan responden**

Rangka sampel merangkumi empat zon Semenanjung Malaysia iaitu Utara, Tengah, Selatan dan Timur, dengan kaedah kluster kebarangkalian di setiap zon. Setiap zon menyumbang 130 responden, menjadikan saiz sampel keseluruhan 520 orang AJK masjid. Di peringkat negeri/wilayah, pemilihan bergantung pada akses dan kesediaan masjid, mengambil kira variasi bandar/pinggir bandar/luar bandar. Komposisi sampel menunjukkan 81.2% lelaki dan 18.8% wanita; kelompok umur terbesar ialah 31- 40 dan 41-50 tahun; kelayakan pendidikan menengah, diploma dan ijazah mendominasi; dan 29.2% berlatar pengajian Syariah. Sebahagian responden menerima elaun AJK dan memegang pelbagai jawatan (AJK biro, imam, bilal, setiausaha, bendahari, nazir, siak).

##### **4.2 Instrumen dan kebolehpercayaan**

Pembinaan instrumen melibatkan pakar bidang bagi menilai kesahan muka dan kandungan. Ujian rintis (*pilot test*) juga telah dijalankan untuk menilai kefahaman item dan kestabilan skala. Analisis kebolehpercayaan (contoh: Cronbach's alpha/Composite Reliability) ke atas konstruk utama menunjukkan nilai memuaskan melebihi ambang lazim. Validiti konvergen dan diskriminan dinilai melalui purata varians diekstrak (AVE) dan kriteria HTMT (sekiranya berkenaan).

##### **4.3 Prosedur pengumpulan data**

Soal selidik merangkumi lima bahagian: demografi; kesedaran; pengetahuan; faktor tingkah laku (sikap, pengaruh sosial, PBC, pandangan Syariah dan persepsi khidmat ejen); dan kesediaan (*readiness*). Skala Likert 6 mata digunakan bagi hampir semua konstruk, manakala pengetahuan diukur melalui set item benar/salah/pasti/tidak pasti atau aneka pilihan yang membezakan pengetahuan asas dengan penggunaan produk. Soalselidik diedarkan oleh enumerator terlatih secara fizikal dan dalam talian mengikut kesesuaian masjid. Set data disaring (*data cleaning*) untuk mengesan respons ekstrem, item tidak diisi, atau pola jawapan yang mencurigakan. Bagi komponen kualitatif, temu bual separa

berstruktur dilaksanakan terhadap AJK terpilih yang tidak terlibat dalam soal selidik, bagi memperincikan pengalaman sebenar berkaitan penyertaan, pembayaran sumbangan dan tuntutan takaful.

#### **4.4 Teknik analisis**

Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan profil responden, taburan kesedaran dan pengetahuan. Ujian perbandingan (ANOVA/Kruskal–Wallis) menilai perbezaan merentas kategori demografi dan institusi. Analisis regresi dan pemodelan persamaan berstruktur (SEM) digunakan untuk menguji hubungan konstruk tingkah laku terhadap kesedaran dan pengetahuan. Kesediaan dinilai melalui gabungan analisis kuantitatif dan tema kualitatif. Pengelasan tahap (rendah, sederhana, tinggi) bagi kesedaran/pengetahuan mengikuti julat purata skala Likert 6 mata.

### **5. Dapatan Kajian**

Berdasarkan analisis terhadap data-data kuantitatif dan kualitatif, terdapat beberapa output yang dapat dibincangkan berkaitan tahap kesedaran, tahap pengetahuan serta kesediaan AJK masjid di Semenanjung Malaysia berkaitan konsep takaful dan penggunaannya sepertimana berikut:

#### **5.1 Tahap Kesedaran Takaful**

Secara keseluruhan, skor min kesedaran ialah 4.65 (sisihan piawai 1.19), menunjukkan kesedaran takaful bagi majoriti AJK pada kategori tinggi (66.2%), diikuti sederhana (26.9%) dan rendah (6.9%). Dapatan ini membayangkan bahawa naratif “takaful sebagai alternatif patuh Syariah” sudah mengakar, namun tidak sekata merentas demografi dan geografi. Pecahan dimensi menunjukkan kesedaran tertinggi pada aspek manfaat dan kepentingan kepada diri/keluarga serta pengurangan beban kewangan, manakala skor relatif terendah muncul pada aspek “takaful sebagai tuntutan agama” – isyarat bahawa wacana fiqh *mu‘āmalāt* perlu diperkaya dalam kalangan AJK masjid agar manfaat duniawi selari dengan nilai ukhrawi.

Dari sudut institusi, masjid di kawasan bandar cenderung memiliki skor kesedaran lebih tinggi berbanding pinggir bandar dan luar bandar. Hal ini mungkin berpunca daripada pendedahan yang lebih besar kepada program literasi kewangan, akses kepada ejen/pengendali, serta jaringan kerjasama dengan agensi luar. Masjid institusi (seperti masjid universiti/agensi) lazimnya lebih proaktif menganjurkan bengkel dan klinik khidmat masyarakat, sekali gus meninggikan tahap kesedaran AJKnya.

#### **5.2 Tahap Pengetahuan Produk Takaful**

Pengetahuan asas tentang perbezaan antara takaful dan insurans konvensional adalah sangat tinggi ( $\approx 95$ – $96\%$ ). Walau bagaimanapun, apabila diuji pada tahap produk, kemahiran mengelaskan manfaat (contoh: perbezaan produk keluarga dengan am, perubahan dengan kemalangan individu, kebakaran dengan banjir) dan kefahaman mekanisme perkongsian risiko dan lebihan, skor menjadi sedikit menurun. Purata

keseluruhan item pengetahuan ialah 0.87 (sisihan piawai 0.211). Hasil ini menunjukkan keperluan kepada latihan berasaskan senario (*case-based*) dan pendedahan terhadap contoh dokumen seperti sijil, ilustrasi manfaat, jadual sumbangan, jadual pengecualian dan aliran proses tuntutan.

Heterogeniti turut terserlah di mana responden berpendidikan tinggi dan yang terdedah kepada latihan berkala memperlihatkan pengetahuan produk lebih kuat. Masjid dengan budaya ilmu yang konsisten (kuliah tematik *mu'āmalāt*, bengkel keluarga/waris, klinik kewangan dan seumpamanya) menunjukkan kelebihan yang ketara.

### **5.3 Faktor Penentu Pengetahuan dan Kesedaran**

Model empirikal mendapati dua konstruk paling berpengaruh terhadap kesedaran ialah pandangan Syariah dan PBC, dengan kuasa penjelasan kumulatif yang besar. Ini bermakna kesedaran tidak hanya bergantung kepada “tahu halal-haram”, tetapi juga kepada persepsi bahawa “tindakan itu mudah dilakukan”, contohnya kejelasan di mana hendak bermula, siapa perlu dihubungi dan bagaimana proses tuntutan berjalan. Bagi pengetahuan, kelima-lima konstruk (sikap, pengaruh sosial, PBC, pandangan Syariah dan persepsi khidmat ejen) adalah signifikan; namun petunjuk negatif pada pengaruh sosial memberi gambaran bahawa maklumat tidak tepat yang dikongsi dalam interaksi antara sesama AJK adalah lebih banyak berbanding pengetahuan.

Dari sudut strategi intervensi, dapatan ini menuntut kombinasi mesej agama yang kukuh, saluran pembelajaran yang memudahkan amalan, dan pengurusan maklumat komuniti yang sistematik contohnya seperti FAQ rasmi, penangkalan maklumat tidak tepat, dan latihan ejen yang selaras dengan tadbir urus masjid.

### **5.4 Kesediaan (Readiness)**

Kesediaan AJK didapati berada pada tahap sederhana, namun tidak konstan merentas zon. Zon Timur menunjukkan kesediaan relatif lebih tinggi berbanding Zon Utara. Negeri dengan skor lebih rendah (contoh Perlis) memperlihatkan keperluan intervensi yang memfokus kepada literasi asas dan akses kepada ejen berwibawa. Analisis lanjutan menunjukkan kesedaran memberi impak yang lebih kuat terhadap kesediaan berbanding pengetahuan semata-mata. Berdasarkan konstruk utama yang mempengaruhi kesedaran, strategi komunikasi yang membangkitkan rasa keperluan (*salience*), relevansi keluarga dan kemudahan bertindak perlu ditekankan.

Dapatan kualitatif daripada temu bual memperincikan empat tema iaitu (i) motivasi melindungi keluarga; (ii) kekhuatiran kos dan komitmen bulanan; (iii) kejelasan manfaat dan kelancaran tuntutan; dan (iv) kepercayaan kepada ejen/pengendali. Keempat-empat tema ini saling berkait. Tanpa kejelasan manfaat takaful dan proses tuntutan, kos yang tinggi; tanpa ejen yang diyakini, penyertaan yang ditangguh, tanpa naratif agama dan sosial yang mengangkat maruah perlindungan, maka motivasi menyertai takaful akan berkurangan.

## 6. Kesimpulan

Kajian ini membuktikan bahawa AJK masjid merupakan penggerak penting dalam memperluas kefahaman dan amalan takaful di peringkat komuniti. Tahap kesedaran yang secara purata tinggi merupakan modal sosial yang berharga, tetapi heterogeniti merentas demografi dan institusi mengisyaratkan bahawa strategi perlu disesuaikan mengikut konteks setempat. Pengetahuan asas Syariah yang kukuh perlu dilengkapi dengan kefahaman produk dan proses tuntutan yang terperinci. Secara empirikal, pandangan Syariah dan PBC muncul sebagai pemacu utama kesedaran, manakala pengetahuan dipengaruhi oleh lima konstruk iaitu sikap, pengaruh sosial, PBC, pandangan Syariah dan persepsi khidmat ejen.

Berdasarkan faktor-faktor yang mempengaruhi kesedaran dan pengetahuan yang dikenalpasti, beberapa saranan praktikal bagi memantapkan kesediaan AJK masjid boleh dirancang oleh pengendali takaful dan AJK masjid. Bagi pengendali takaful, program-program kesedaran mengenai takaful yang lebih berstruktur perlu dibangunkan mengikut kesesuaian AJK, meningkatkan kolaborasi dengan ilmuan Syariah dan kepimpinan masjid, menyediakan produk takaful yang disesuaikan dengan keperluan dan kemampuan kewangan AJK masjid, memantapkan peranan ejen takaful dan mempertingkatkan capaian dan akses produk secara fizikal dan dalam talian. Bagi pihak AJK masjid pula, disarankan agar pengetahuan tentang takaful dipertingkatkan melalui program-program latihan tersedia di pasaran, mempromosikan kesedaran takaful dalam kalangan masyarakat setempat, menggunakan rangkaian masjid bagi mendapatkan pelan perlindungan takaful kelompok pada kadar sumbangan yang lebih rendah disebabkan penyertaan AJK yang ramai dan meningkatkan program kesedaran takaful dalam kalangan AJK masjid yang muda.

## RUJUKAN

- Al-Kamal, A. M., & Muhamad Abrar, B. (2025). Analyzing Factors Influence the Adoption of Family Takaful in Malaysia: Theory of Planned Behavior (TPB) Approach. *Journal of Islamic Business and Economics (JIBEC)*, 1(1), 56–69. <https://doi.org/10.1016/J.IREF.2020.05.013.3>
- AlNemer, H. A. (2015). Participant's Knowledge and Educational Background about Takaful Products & Services: An Empirical Study on Saudi Arabia. *Kuala Lumpur International Business, Economics and Law Conference* 6, 1, 60–72.
- Anis, H. (2025, April 16). Malaysia's takaful industry records RM19b contributions in 2024, payout hits RM10.2b. *The Edge*.
- Aziz, S., Maizaitulaidawati, M. H., & Nazimah, H. (2017). Intention to family Takaful adoption: A review theory and empirical work. *International Journal of Organizational Leadership*, 6(3), 373–384. <https://doi.org/10.33844/ijol.2017.60310>
- Azrul Azlan, I. M., Khairil Faizal, K., Syadiyah, A. S., Nurul Aini, M., Ahmad Fadly, N. R., Suhaimi, M., Saadiah, N. H., & Aimi Fadzirul, K. (2020). Funeral Poverty : An Exploratory Study for Micro-Takaful. *Tazkia Islamic Finance and Business Review*, 14(2), 101–114.
- BNM. (2022). *Financial Sector Blueprint 2022-2026*. Bank Negara Malaysia.
- Boujelbene, M. A., & Thameur, S. (2024). Exploring The Factors Influencing Customers '

- Intention to Adopt Online Takaful in Tunisia. *Journal of Islamic Finance*, 13(2), 66–77.
- Creswell, J. W. (2009). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. SAGE Publications.
- Firdaus, A., & Dewi, E. T. (2019). The Role of Al-Khairat Scheme as Part of a Micro Takaful Program for Funeral Funding Purposes; Malaysia Case. *7th ASEAN Universities International Conference on Islamic Finance (AICIF) 2019*, 1–15.
- Hamiza, J., Bahari, M., & Fahmi Zaidi, A. R. (2020). Perceived Service Quality, Customer Satisfaction, and Customer Loyalty in Takaful Industry. *European Proceedings of Social and Behavioural Sciences (EpSBS)*, 765–778. <https://doi.org/10.15405/epsbs.2020.12.05.83>
- Hasan, A. A.-T., & Rahman, M. T. (2023). Family takāful purchase intentions in Bangladesh: the mediating role of attitude and saving motives and the moderating role of religiosity. *Islamic Economic Studies*, 31(1/2), 2–21. <https://doi.org/10.1108/ies-03-2023-0012>
- Jahan, S. N., Nairoos, M. H. M., & Sulaiha, M. S. F. (2020). Participants' Knowledge and Awareness about Islamic Insurance: A Study on Sammanthurai in Sri Lanka. *International Journal of Research and Innovation in Social Science (IJRISS)*, IV(Vii), 490–495.
- Maduku, D. K., & Mbeya, S. (2024). Understanding family takaful purchase behaviour: the roles of religious obligation and gender. *Journal of Financial Services Marketing*, 29(2), 440–458. <https://doi.org/10.1057/s41264-023-00213-z>
- Maizaitulaidawati, M. H., & Asmak, A. R. (2016). Predicting intention to participate in family takaful scheme using decomposed theory of planned behaviour. *International Journal of Social Economics*, 43(12), 1351–1366. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/IJSE-03-2015-0074>
- Marhanum, C. M. S., Nurdianawati Irwani, A., & Siti Salwani, R. (2013). The Relationship of Takaful Agents' Islamic Ethical Behaviour towards Customers' Satisfaction, Trust and Commitment: A Preliminary Analysis. *Journal of Islamic Finance and Business Research*, 2(1), 77–88.
- Mirwanee, H., Asmak, A. R., & Azizi, C. S. (2018). Society's Understanding of Family Takaful: A Study in Southern Thailand. In *New Developments in Islamic Economics* (pp. 151–166). Emerald Publishing Limited. <https://doi.org/10.1108/978-1-78756-283-720181010>
- Mohamed, O. E. B., & Alhabsi, S. O. (2015). Factors Influencing the Penetration Rate of Malaysian Takāful Industry from Takāful Managers' Perspective. *International Journal of Excellence in Islamic Banking & Finance*, 5(1), 1–13.
- Mohd Khairi, I., Muhamad Zahid, M., Azwina Dery, C. A., & Nurul Asyiqin, M. R. (2023). Factors That Influencing The Takaful Purchase Intention of Customers. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 13(4), 1292–1303. <https://doi.org/10.6007/ijarbss/v13-i4/16807>
- Mohd Yassir, J., Sharifah Norhafiza, S. I., Radziah, M., Hamidah, B., Mohd Ariff, M., Kamariah, A., & Sharifah Faigah, S. A. (2024). Exploring Current Practices and Governance of Malaysian Mosque Committees in Managing the Mutual Benevolent of Khairat Death Fund. *Global Business and Management Research: An International Journal*, 16(2), 488–496.
- Muhammad Zarunnaim, H. W., & Asma, M. T. (2018). The Roles of Health Awareness and

- Knowledge in Medical Takaful Purchase Intention. *The International Journal of Banking and Finance*, 14, 95–116.
- Nur I'ffah, M. N., Rusni, H., & Ahmad Zamri, O. (2023). Spectrum of Consumer Awareness in Islamic Finance: Takaful Industry in Malaysia. *The Journal of Muamalat and Islamic Finance Research*, 20(2), 125–134. <https://doi.org/10.33102/jmifr.513>
- Nurul Alya, Z., Siti Fairuz, S., Syazwani, A. R., Noraishah, P. O., & Rohaya, S. (2025). Understanding and awareness of taking takaful at a young age: a study among former sixth form students of SMKA Naim Lilbanat. *INSIGHT Journal*, 12(1), 102–115. <https://doi.org/10.24191/ij.v12i1.3739>
- Onimbo, J. R. (2014). *Strategies Adopted by Takaful Insurance of Africa to Penetrate the Insurance Market in Kenya*. University of Nairobi.
- Qazi, M. A., & Maizaitulaidawati, M. H. (2024). Intention to Purchase Family Takaful: An Extension of Decomposed Theory of Planned Behavior. *International Journal of Academic Research in Accounting, Finance and Management Sciences*, 14(1), 263–278. <https://doi.org/10.6007/ijarafms/v14-i1/20563>
- Rusni, H., Salman, S. A., Salina, K., & Hafiz Majdi, A. R. (2018). Awareness and Knowledge of Takaful in Malaysia: A Survey of Malaysian Consumers. *International Journal of Business and Social Science*, 9(11), 45–53. <https://doi.org/10.30845/ijbss.v9n11p6>
- Siti Fatimah, A. R. (2020). Financial Education Programmes Organised by Mosques as a Platform to Increase Financial Literacy in Malaysia. *TAFHIM: IKIM Journal of Islam and the Contemporary World*, 13(1), 57–83. <https://tafhim.ikim.gov.my/index.php/tafhim/article/view/134>
- Syadiyah, A. S. (2020). Trust in takaful agents: antecedents and consequences. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 11(6), 1161–1174. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/JIABR-01-2018-0013>
- Yahaya, A., Sulaiman, S. M., & Aminu, H. A. (2022). Patronage Factors of Motor Vehicle Takaful in Kano State, Nigeria. *International Journal of Islamic Economics and Finance (IJIEF)*, 5(2), 259–286. <https://doi.org/10.18196/ijief.v5i2.14970>